AH 1847
2016Z02459

Antwoord van minister Schippers (Volksgezondheid, Welzijn en Sport), mede namens de staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (ontvangen 10 maart 2016)

Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2015-2016, nr. 1711

1
Kent u het Foodwatch-onderzoek 'Drinkpakjes voor kinderen. Onderzoek naar suikergehalte'? 1)

1
Ja, dat onderzoek ken ik.

2
Wat vindt u ervan dat een op de vier drinkpakjes voor kinderen meer suiker bevat dan Coca Cola, 6,5 om 4 suikerklontjes per 200 ml?

2
Net als u maak ik mij zorgen over overgewicht en obesitas bij kinderen en daarom is het niet voor niets dat ik, samen met de staatssecretaris, op vele manieren werk aan preventie van overgewicht. Gelukkig zijn er ook drinkpakjes met minder suiker waarvoor de consument kan kiezen, evenals het water uit de kraan, dat van een hoge kwaliteit is. Daarnaast werk ik in het Akkoord verbetering productsamenstelling met de industrie, retail, horeca en catering aan verlaging van het suikergehalte in ons productaanbod. Ik heb u met mijn brief van 17 december 2015 (Kamerstuk 32 793, nr. 205) geïnformeerd over de voortgang van het Akkoord Verbetering Productsamenstelling.

3
Hoe verhoudt dit zich volgens u tot de vaak expliciet op kinderen gerichte marketing van deze drinkpakjes? Zijn kinderen niet een kwetsbare groep die hiertegen beschermd moet worden?

3
Ten aanzien van de visie op voedingsreclame gericht op kinderen, verwijs ik u naar de brief van de staatssecretaris van 6 juli 2015 (Kamerstuk 32 793, nr. 194). Daarin heeft hij u geïnformeerd over de aangescherpte regels van de Reclamecode voor Voedingsmiddelen. Hierbij is ingegaan op de resultaten uit het onderzoek naar het beleid hierop in omringende landen en de monitoring van de naleving van de afspraken uit de Reclamecode voor Voedingsmiddelen. Kidsmarketing wordt nadrukkelijk meegenomen in de monitoring.

4

Hoe verhouden volgens u de constateringen van Foodwatch over het hoge suikergehalte in drinkpakjes voor schoolkinderen zich tot het Akkoord Verbetering Productsamenstelling?

4
Binnen het Akkoord Verbetering Productsamenstelling zijn het afgelopen jaar afspraken gemaakt voor reductie van het suikergehalte in zuiveldranken en de consumptie van frisdranken. Het reduceren van suiker in bestaande producten verloopt stapsgewijs, dus moeten en zullen er zeker nog vervolgstappen komen in de aanloop naar 2020.

5
Is de doelstelling van 10% reductie van suikers, liefst zonder dat daarvoor andere zoetstoffen in de plaats komen, in 2020 ook voor deze productgroep haalbaar? Zou er niet een ambitieuzere doelstelling neergezet moeten worden?

5
Een stapsgewijze aanpak is nodig om duurzaam resultaat te behalen, zowel vanwege smaakgewenning bij de consument als vanwege haalbaarheid voor het bedrijfsleven. Binnen het Akkoord zijn de eerste afspraken gemaakt. Omdat ons winkelschap een internationaal karakter kent, zal er ook een Europese aanpak voor verbetering productsamenstelling moeten komen. In vervolg op de zoutreductie wordt in de EU nu gesproken over een reductie van 10% suiker in 2020. Dit vergt een gezamenlijke aanpak van de EU-lidstaten. Tijdens het EU-voorzitterschap is mijn inzet dan ook om naar meer samenhang en samenwerking te komen binnen Europa, met lidstaten, bedrijfsleven en andere organisaties.

6
Welke maatregelen wilt u nemen om gezondheidsvoorlichting te versterken, zodat ouders - en waar mogelijk ook kinderen - zich bewust zijn van de risico’s die het regelmatig drinken van sterk suikerhoudende drankjes met zich meebrengt? Zou een stoplichtensysteem, zoals onder andere door de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) gesuggereerd, hieraan een bijdrage kunnen leveren?

6
Er lopen voorlichtingsactiviteiten via het Nationaal Programma Preventie ‘Alles is gezondheid…’, Jongeren Op Gezond Gewicht en het bredere programma Gezonde School.
Via een publiekscampagne over de nieuwe Schijf-van-Vijf zal de consument vanaf eind maart worden gewezen op een gezonde keuze. In de nieuwe Schijf-van-Vijf zijn de nieuwe richtlijnen van de Gezondheidraad verwerkt. Ook kennen wij het voedselkeuzelogo, het Vinkje, dat helpt om de bewuste keuze te maken.

1) https://www.foodwatch.org/fileadmin/foodwatch.nl/Onze_campagnes/Voedsel___Gezondheid/Coca_Cola_Index/Documents/Foodwatch_-_2016_-_Drinkpakjes_voor_kinderen.pdf